DIREKT MARKETING
DM

Varga Felícián
EKE Károly Róbert Gyöngyösi Campus
WVG883

MIRŐL LESZ SZÓ AZ ELŐADÁSBAN?

1. A Direkt Marketing fogalma, célja
2. A Direkt Marketing formái
3. Leggyakrabban használt eszközei
4. A Direkt Marketing jellemzői
5. A Direkt Marketing korlátai
6. A felhasznált adatbázis
7. A Direkt Marketing eszköztára
8. Direkt postázás (Direkt mail)
9. Katalógus
10. Telemarketing
11. Telemarketing fajtái
12. Telefax
13. TV Shop
14. Internet, E-mail

1. A Direkt Marketing fogalma, célja

- A marketing egy interaktív módszere, amellyel egy vagy több médium használatával, a potenciális vevőkből kedvező hatást, azonnali válaszreakciót válthatunk ki.
- Célja, hogy megrendelésre, érdeklődésre, fel

2. A Direkt Marketing formái

- ✓Direkt postázás
- ✓Telefonmarketing
- ✓Elektronikus direkt

3. Leggyakrabban használt eszközei

- ✓DM levélreklám
- ✓Postai megrendelő
- ✓Díjmentesen hívható számok (zöld számok) 80-as körzetszám
- ✓TV bemutatók (pl: Teleshop)
- ✓Internetközlemények (pl: bannerek)

4. A Direkt Marketing jellemzői

- ✓Termék helyett a vásárlóra összpontosít
- ✓Személyre szóló
- ✓Közvetlen értékesítés
- ✓Adatbázisok készítése a vevők adatainak megszerzésével
- ✓Optimális időzítés
- ✓Előtte piacszegmentálás
- ✓Kiválasztott célcsoportot szólít meg
- ✓Visszajelzés, a válasz módszere előre beépített

5. A Direkt Marketing korlátai

- ✓A vevő elutasító magatartása
- ✓Az adatbázis hiánya
- ✓Az infrastruktúra fejletlensége
- ✓A képzett személyzet hiánya
- ✓A médiamix elemeinek

6. A felhasznált adatbázis

A Direkt marketing legfontosabb eleme

- ✓Vásárolt adatok
- ✓Bérelt adatok
- ✓Saját adatok

Arany Oldalak

KISOKOS.hu SZAKEMBEREK az Önök ajánlásával

Fontos az adatbázisok frissítése, összeillesztése amit az infotörvény szabályoz.

2011. évi CXII. Törvény az információs önrendelkezési jogról és az információszabadságról

7. A Direkt Marketing eszköztára

- ✓Személyre szóló küldemények: Direct Mail, egyéb levéllel érkező anyagok, Direct e-mail, hírlevél
- ✓Telemarketing: telefon, mobiltelefon, sms, mms, mobil applikáció, telefax
- ✓Direct Response: (közvetlen visszajelzésre ösztönző) hirdetések televízióban, rádióban, sajtóban, szabadtéren, interneten
- ✓Szóróanyagok: személyesen átadva, levélküldeménnyel kézbesítve, postaládába bedobva, üzletben kihelyezve
- ✓Katalógus: állandó és időszakos

8. Direkt postázás (Direkt mail)

Személyre, címre szóló küldemény

Elemei: Boríték, levél, egyéb anyagok- a válaszadás eszköze

Akkor alkalmazható,ha:

- A reklám túlságosan összetett, vagy részletes
- A célpiac kiválasztott, specifikus
- Szükséges a bizalmas kommunikáció
- A közvetítői kereskedelem bevonása kockázatos, vagy költséges
- Regionálisan szórt vevőkör

9. Katalógus

- Egyszerű
- A vevők számára kényelmes
- Sokan idegenkednek tőle
- Hátránya a nyomdai, a postai és a csomagolási költség
- A garanciák jelentősége nagy

10 Telemarket

- A javak és szolgáltatások értékesítése, információk szerzése és továbbítása a meglévő potenciális vásárlókhoz telefonon keresztül
- Részesedése folyamatosan növekszik

Fajtái:

1. Passzív (beérkező hívások)
   a) A vevőket szolgálja
   b) Zöld és kék számok (80, 40)
   c) Költséges (Kapcsolási díj)
2. Aktív (kimenő hívások)
   a) Célja az értékesítés
   b) Előnye a gyorsaság
   c) Alkalmas utánkövetésre és az ügyletek előkészítésére
   d) Jogilag szabályozott

11 Telefax

- Az írásos kapcsolatot helyettesíti
- Gyors
- Javuló minőség a színes képek miatt

Halmai Réka

12 TV Shop

Előnye:

- A kínált árut a nézők előtt, használat közben mutatja be
- A vevő pontosan tudja, hogy mit k
- Pénzvisszafizetési garancia van
- Azonnali választ generál

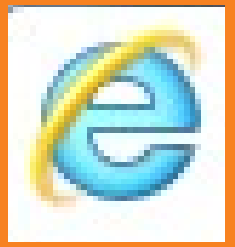
Hátránya

- Kételyek a minőség iránt

Horst Fuchs

Josef (Pepi) Rössler

13 Internet, E-ma



Eszközei: honlapok, bannerek, buttonok, textlinkek

- Dinamikus növekedés
- Virtuális áruházak alakulnak
- Internetes reklámok elterjedése
- Internetes újságok

bookline

Előnye:

- Interaktív
- A visszajelzés egyszerű, gyors és olcsó

Hátránya:

- Bizalmatlanság a fizetéssel kapcsolatban

KÖSZÖNÖM A MEGTISZTELŐ FIGYELMET!